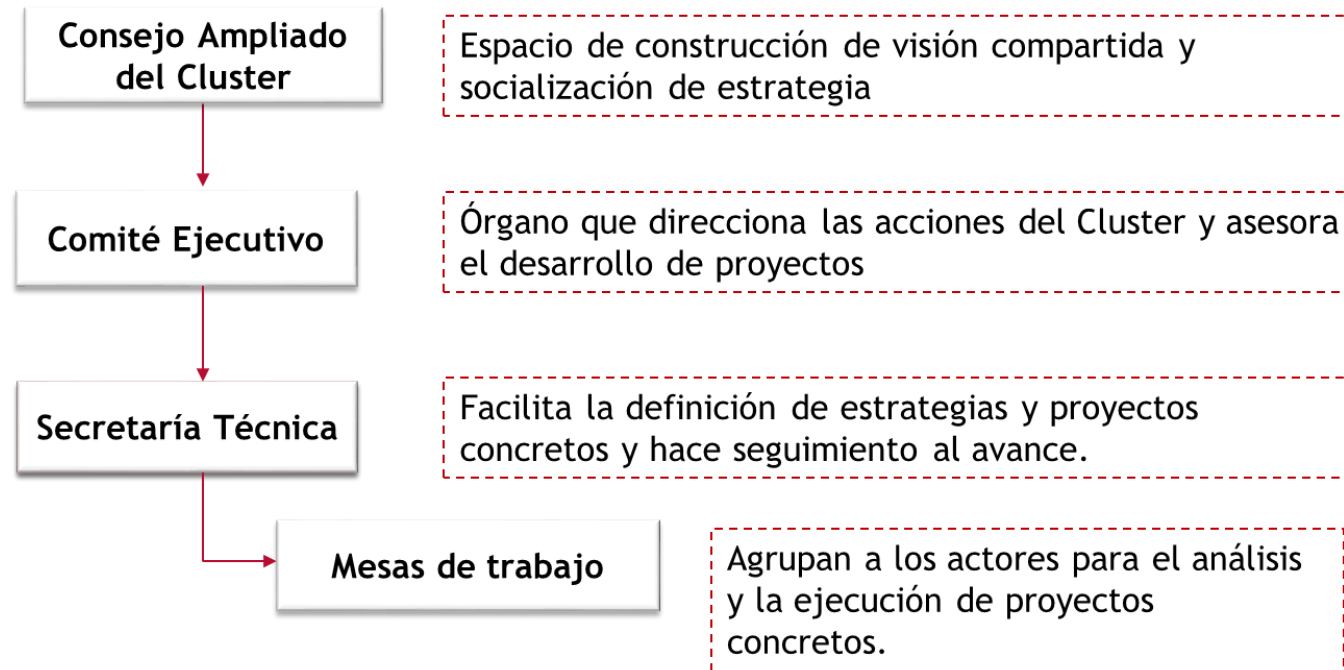


Iniciativa de Cluster de Comunicación Gráfica

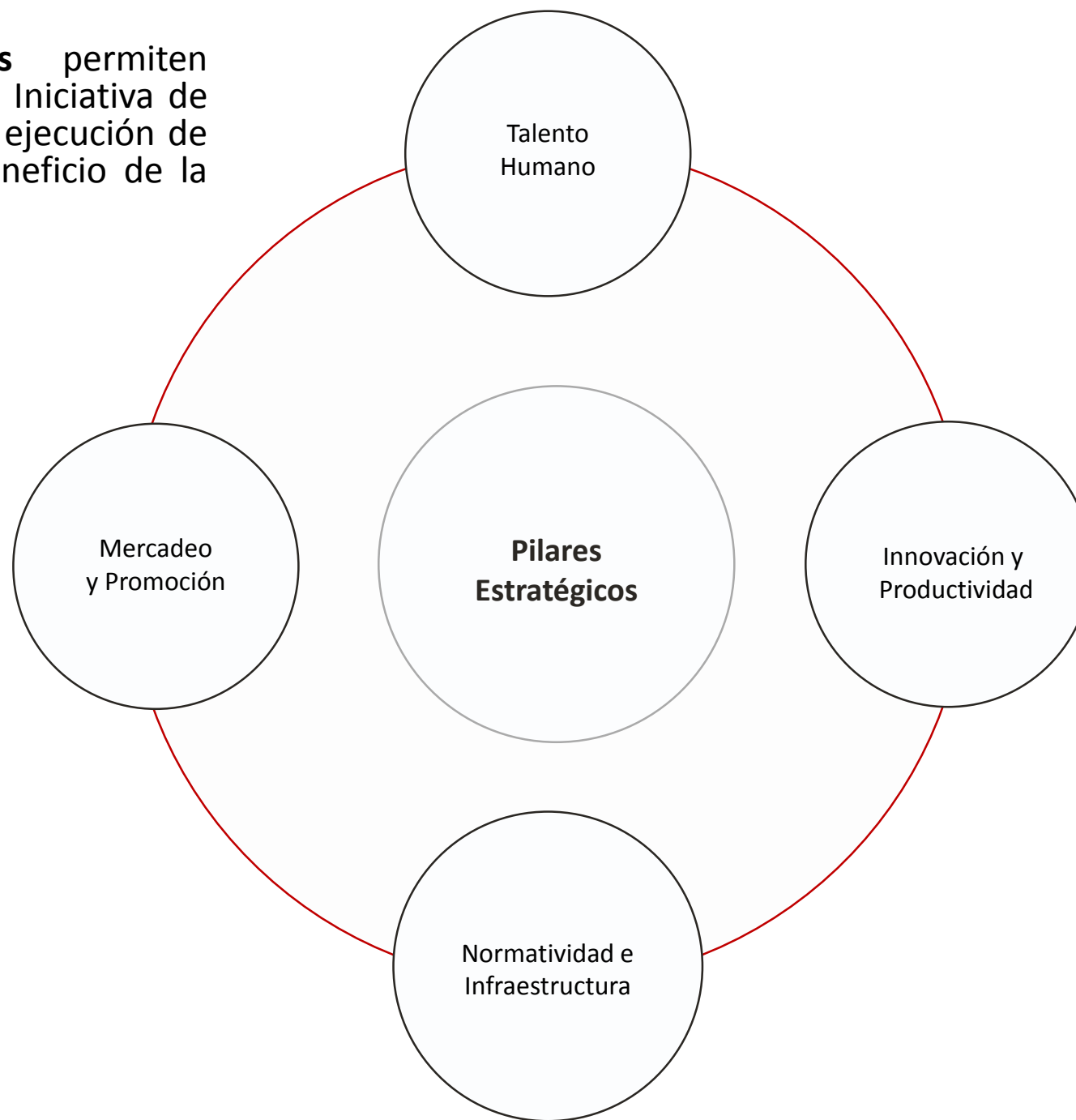
Propuesta de Valor

La Iniciativa de Cluster de Comunicación Gráfica trabaja por lograr el suministro de soluciones a la medida, que integren el uso del papel con las tecnologías de información y comunicación (TIC), bajo los más altos estándares de calidad y sostenibilidad ambiental en los procesos de impresión, diseño y creación de contenidos.

Así trabaja la Iniciativa de Cluster



Los **Pilares Estratégicos** permiten agrupar a los actores de la Iniciativa de Cluster para el análisis y la ejecución de proyectos concretos en beneficio de la industria.



Diamante de Competitividad

Es un modelo estratégico de Michael Porter, profesor de la Universidad de Harvard, que facilita el análisis y entendimiento de la posición comparativa de una industria.

Los componentes o determinantes de la ventaja competitiva que conforman el diamante son:

- Condiciones de los factores
- Condiciones de la demanda
- Industrias relacionadas y de soporte
- Estrategia de firma y rivalidad

Bajo esta metodología se analizan las características del sector para determinar las ventajas y desventajas competitivas. Luego de esto se priorizan los temas a intervenir desde la Iniciativa de Cluster, para mejorar la competitividad de la industria.

Ventajas

- Desarrollo de tecnologías para la incorporación de nuevas tintas, papeles e insumos amigables con el medio ambiente.
- Existen programas de formación y financiación por parte de entidades públicas.

Desventajas

- Escasa alineación de la oferta educativa con las necesidades del empresario.
- Alta rotación del recurso humano.
- Poca formación dirigida a la operación de máquinas y equipos.
- Rezago Tecnológico
- Personal poco capacitado para el desarrollo de contenido y generación de valor agregado al producto.
- Escaso dominio de una segunda lengua.
- Falta de control en la contaminación por vertimientos.
- Falta de programas de investigación, innovación y desarrollo.

Condiciones de los factores

Industrias relacionadas y de soporte

Ventajas

- La industria cuenta con Centros Tecnológicos y laboratorios de apoyo para el ensayo y la calibración en la reproducción de color, papel y otros sustratos.
- Disponibilidad de recursos a través de convocatorias de entidades nacionales para programas de renovación tecnológica.
- Oportunidades de trabajo interclusters.

Desventajas

- Debilidad en la creación de convenios con organismos internacionales para la transferencia tecnológica y de conocimiento.
- Baja participación empresarial en gremios.
- Difícil acceso y desconocimiento de los recursos previstos por entidades públicas de apoyo.
- Ausencia de consultorías técnicas de apoyo al sector.
- Falta fortalecer centros tecnológicos y de investigación.
- Escases de recursos para promover las actividades de la industria

Ventajas

- Beneficios arancelarios para ciertas partidas (tintas y plásticos)
- Reenfoque de la industria orientado a la inclusión de contenidos y tecnologías digitales.
- Crecimiento del sector en actividades de Premedia.
- Creación de nuevos productos: Electrónica impresa y orgánica.
- Desarrollo de nuevas tecnologías en impresión funcional: Desarrollo de tintas con funciones termocromáticas o biosensores.

Estrategia de firma y rivalidad

Condiciones de la demanda

Ventajas

- Exigencia de altos niveles de calidad en el producto.
- Demanda sofisticada en el segmento de etiquetas y empaques

Desventajas

- Alta informalidad en el sector.
- Poca diferenciación de productos y alta competencia por precio.
- Alto arancel a las importaciones de materia prima.
- Baja orientación al exterior.
- Empresas en su mayoría familiares con escaso acceso a recursos, infraestructura y capacitación.
- Crecimiento importante de las importaciones.
- No pago de aportes laborales en la industria.
- Violación de copyright.
- Altos índices de lavado de activos y contrabando
- Escasa implementación de programas en gestión administrativa
- La legislación tributaria no se adapta a las necesidades de la industria

Desventajas

- Inestabilidad en la demanda y concentración en actividades publicitarias y comerciales.
- Baja fidelidad del cliente con el proveedor.
- Cliente orientado a pagar bajos precios
- Consumidor poco sofisticado
- Poca exigencia de tecnologías y/o certificaciones medio ambientales